

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN EKSTRAVERSI DENGAN
KNOWLEDGE SHARING PADA REMAJA PENGGUNA *FACEBOOK***

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Oleh

PENY AYU WINDASARI

F100 100 053

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN EKSTRAVERSI DENGAN
KNOWLEDGE SHARING PADA REMAJA PENGGUNA *FACEBOOK***

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Mencapai
Derajat Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan Oleh

PENY AYU WINDASARI

F 100 100 053

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN EKSTRAVERSI DENGAN
KNOWLEDGE SHARING PADA REMAJA PENGGUNA FACEBOOK**

Disusun Oleh :

PENY AYU WINDASARI

F 100 100 053

Telah disetujui untuk dipertahankan

Di Depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :

Pembimbing,



Dra. Wiwien Dinar Pratisti M.Si

Tanggal 15 Februari 2015

**HUBUNGAN ANTARA KEPERIBADIAN EKSTRAVERSI DENGAN
KNOWLEDGE SHARING PADA REMAJA PENGGUNA FACEBOOK**

Yang diajukan oleh:

PENY AYU WINDASARI
F 100 100 053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 20 Februari 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Penguji Utama

Dra. Wiwien Dinar Pratisti, M.Si



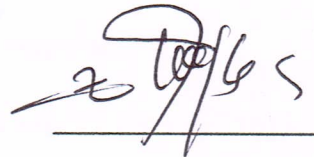
Penguji Pendamping I

Dra. Rini Lestari, M.Si



Penguji Pendamping II

Dra. Zahrotul Uyun, M.Si

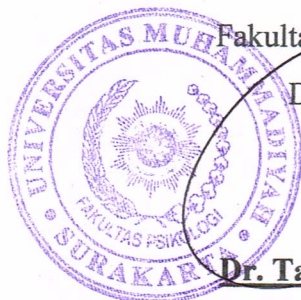


Surakarta, 20 Februari 2015

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan,



Dr. Taufik, M.Si

**HUBUNGAN ANTARA KEPRIBADIAN EKSTRAVERSI DENGAN
KNOWLEDGE SHARING PADA REMAJA PENGGUNA
FACEBOOK**

Peny Ayu Windasari

Wiwien Dinar Pratisti

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : Penyayu.windasari@yahoo.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook*. Hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan positif antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook*. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja pengguna *facebook* dengan karakteristik remaja berusia 18 sampai 21 tahun dengan sampel penelitian adalah remaja mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan jumlah responden 150 mahasiswa. Alat pengumpulan data berupa skala kepribadian ekstrasversi dan skala *knowledge sharing*. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Hasil analisis data diketahui bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook*, ditunjukkan dengan diperoleh nilai koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,534; $p = 0,000$ ($p < 0,01$), artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook*. Sumbangan efektif yang diberikan variabel kepribadian ekstrasversi terhadap *knowledge sharing* dalam menggunakan *facebook* sebesar 28,5%, ditunjukkan oleh koefisien determinasi (r^2) = 0,285. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook* diketahui Rerata Empirik (RE) sebesar 99,91 dan Rerata Hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti *knowledge sharing* pada subjek tergolong sedang. Variabel kepribadian ekstrasversi pada remaja pengguna *facebook* mempunyai Rerata Empirik (RE) sebesar 110,05 dan Rerata Hipotetik (RH) sebesar 115 yang berarti perilaku prososial tergolong sedang.

Kata Kunci: *Kepribadian Ekstrasversi, Knowledge Sharing, Facebook*

PENDAHULUAN

Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi sekarang dapat mengaksesnya melalui *handphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah *provider* telepon selular. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga menggunakannya sebagai sebuah sarana sosialisasi, membentuk hubungan yang lebih bertahan lama, bahkan dapat berkembang secara nyata di dalam kehidupan sosial. (Tancer, 2008 dalam Juditha, 2011).

Salah satu website yang sukses merebut perhatian banyak orang didunia adalah *facebook*.

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang lulusan *Harvard* dan mantan murid *Ardsley High School* diluncurkan pertama kali pada 4 Februari 2004, dan awalnya hanya untuk siswa *Harvard College*. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas di sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts). Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah termasuk dalam Ivy League. Pertumbuhan pemakai facebook di Indonesia sangat cepat. *Facebook* dikenalkan di Indonesia pada tahun 2008, sampai pada kuartal ke-2 pada tahun 2009 pengguna facebook di Indonesia mencapai 6 juta pengguna. *Facebook* sangat digandrungi oleh berbagai lapisan masyarakat, berbagai umur dari muda sampai tua dengan

berbagai kepentingan (Herdianto, 2011). Walaupun fasilitas internet sudah tersedia dan dengan mudah dapat diakses, namun tidak semua orang memanfaatkannya. Kenyataan ini telah mendorong para peneliti untuk mencari apa sebabnya. Menurut pandangan Lewin (dalam Ramdhani, 2009) munculnya perilaku pada diri seseorang ditentukan oleh dua faktor. Pertama adalah faktor di dalam dirinya, misalnya sifat kepribadian, kecerdasan, tata-nilai dan kondisi fisik, sedangkan faktor kedua adalah faktor di luar dirinya, yakni segala sesuatu yang ada di lingkungan seperti peralatan, cuaca, orang-orang disekitarnya.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 100 responden yang terdiri dari orang remaja mengenai jejaring sosial yang

sering digunakan diperoleh hasil sebagai berikut, sebanyak 25,26% remaja menggunakan *facebook*, sebanyak 23,96% remaja menggunakan *e-mail*, sebanyak 17,71% menggunakan jejaring sosial *twitter*, sebanyak 8,85% remaja menggunakan *instagram*, sebanyak 5,99% menggunakan *path*, sebanyak 3,91% menggunakan *Yahoo Messenger* dan 14,32% menggunakan *blackberry messenger*. Dari sini terlihat bahwa situs jejaring sosial adalah akun yang paling populer dibanding yang lainnya. Sehingga apa yang telah diteliti yaitu FB merupakan situs terbanyak penggunaannya dikuatkan juga dalam penelitian ini. Jenis *update*-an atau informasi yang diunggah oleh responden dalam jejaring sosial *facebook*, diperoleh hasil sebagai berikut: sebanyak 43,40% yang

mengupdate status, sebanyak 21,70% mengupdate foto dan sebanyak 34,90% mengupdate tentang memberikan atau membagi informasi yang berupa tugas, berita, dan mengupdate lokasi dimana responden berada. Hal ini sesuai dengan pendapat David Gurteen berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) merupakan suatu konsep yang menggambarkan kondisi interaksi antar orang, bisa dua atau lebih, dalam bentuk proses komunikasi yang bertujuan untuk peningkatan dan pengembangan diri setiap anggotanya. King, Fokus utama dari *knowledge sharing* adalah kemampuan individu untuk mengeksplisitkan dan mengkomunikasikan pengetahuan yang dimiliki kepada individu lain maupun organisasi, sehingga *knowledge* tersebut dapat

dimanfaatkan pula oleh orang lain.

Disisi lain, menurut Linsey kegiatan *knowledge sharing* juga dapat merangsang individu didalam organisasi untuk dapat berpikir secara kritis dan kreatif yang pada akhirnya diharapkan dapat menghasilkan pengetahuan baru yang berguna bagi organisasi (Nurmahmudiyah, 2013)

Knowledge sharing salah satu aspek penting dari *knowledge management*, yang menjadi perhatian dari berbagai bidang baik praktisi maupun akademisi. Salah satu manfaat *knowledge sharing* adalah untuk mendukung proses pembelajaran yang memberikan dampak bagi pengembangan kemampuan inovasi melalui penciptaan *knowledge* baru. Bagian paling penting dari *knowledge sharing* adalah bagaimana

mendukung individu dan organisasi untuk melakukan *knowledge sharing* tentang apa yang mereka ketahui, Persson (dalam Nazar, 2011).

Knowledge sharing didefinisikan sebagai aktivitas mentransfer atau menyebarkan *knowledge* (*implicit* dan *tacit knowledge*) dari seseorang, grup atau organisasi ke orang, grup atau organisasi yang lain (Lee dalam Pai 2006). Dalam suatu grup atau organisasi aktivitas *knowledge sharing* dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kwok dan Gao menggunakan pendekatan motivasi membagi faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan *knowledge sharing* menjadi faktor motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik mengacu pada motivasi individual yang timbul dari dalam diri sendiri tanpa

pengaruh dari faktor luar sedangkan faktor motivasi ekstrinsik terbentuk akibat dari budaya, kebijakan atau konsensus yang dibentuk organisasi atau kelompok. Secara informal, aktivitas *knowledge sharing* sangat dipengaruhi oleh faktor motivasi intrinsik. Indonesia merupakan negara yang mempunyai kultur masyarakat yang cenderung kolektifis. Masyarakat kolektifis cenderung mempunyai intensitas interaksi secara informal lebih besar daripada intensitas interaksi secara formal. Interaksi tersebut dapat terjadi di dalam maupun di luar organisasi (Djazari, 2013)

Prusak menjelaskan bahwa ada beberapa faktor penghambat dalam *knowledge sharing* antara individu dan individu, seperti adanya paradigma bahwa *knowledge* adalah kekuatan, jika *knowledge* itu

tersebar, maka akan menyebabkan seseorang kehilangan jaminan pribadinya. Di sisi lain, menurut Wei keterbatasan faktor waktu, apresiasi rendah ke kontributor *knowledge* dan beberapa faktor lain. Untuk dapat mencapai *knowledge sharing* yang efektif tidaklah mudah (Szulanski, 2003), sulit bagi individu untuk melakukan aktivitas *knowledge sharing* selama mereka bekerja kecuali jika mereka menemukan aktivitas berguna dan menguntungkan. Kesulitan terbesar dari pengaturan *knowledge* adalah untuk mengubah perilaku dari orang-orang Ruggles (dalam Nazar, 2011). Kepribadian adalah karakteristik dinamik dan terorganisasi dari seorang individu yang mempengaruhi kognisi, motivasi, dan perilakunya. Kepribadian bersifat unik dan konsisten sehingga

dapat digunakan untuk membedakan antara individu satu dengan lainnya (Greenberg dalam Ramdhani, 2006).

Semakin meningkatnya partisipasi mahasiswa dalam memanfaatkan media *facebook* tentu berhubungan dengan faktor-faktor utama yang mendorong mereka untuk turut berpartisipasi dan melakukan aktivitas dalam *facebook* dan melakukan aktivitas berbagi pengetahuan (*knowledge sharing*) melalui *facebook*. Wahlroos menyebutkan bahwa ada beberapa faktor utama yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *facebook* sebagai media untuk *knowledge sharing*. Diantaranya yaitu faktor personal, faktor organisasi, dan faktor teknologi. (Wahlroos, dalam Nurmahmudiyah, 2013)

Dalam penggunaan jejaring sosial, remaja sebaiknya dapat mengontrol diri dalam memberikan informasi agar informasi yang diberikan dapat berguna bagi pengguna jejaring sosial yang lainnya, dan dapat terhindar dari penggunaan jejaring sosial yang berlebihan. Stimulus dari lingkungan ini yang berupa facebook dapat membuat individu yang masuk dalam kategori ekstrasvert dimudahkan oleh jejaring sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Eyenck (dalam Feist & Feist, 2010) orang dengan skor tinggi pada ekstrasversi cenderung penuh kasih sayang, ceria, senang berbicara, senang berkumpul, dan menyenangkan sebaliknya, orang yang memiliki skor *ekstrasvert* yang rendah biasanya tertutup, pendiam, penyendiri, pasif, dan tidak

mempunyai cukup kemampuan untuk mengekspresikan emosi yang kuat. Keterbukaan terhadap pengalaman membedakan antara orang-orang yang memiliki keragaman dengan orang-orang yang mempunyai suatu kebutuhan atas akhir yang sempurna, serta yang tetap merasa nyaman dengan asosiasi mereka terhadap hal-hal dan orang-orang yang tidak asing. Orang-orang yang secara konsisten mencari pengalaman yang berbeda dan bervariasi akan memiliki skor yang tinggi pada keterbukaan terhadap pengalaman. Orang-orang yang tinggi keterbukaannya, biasanya kreatif, imajinatif, penuh rasa penasaran, terbuka, dan lebih memilih variasi sebaliknya, mereka yang rendah keterbukaannya terhadap pengalaman biasanya konvensional, rendah hati,

konservatif, dan tidak terlalu penasaran terhadap sesuatu.

Proses penyampaian suatu pesan yang terdandung dalam informasi dapat bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagai yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung dengan cara melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Dalam hal tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (attitude), pendapat (opinion) atau perilaku (behaviour) (Herdianto, 2011).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herdianto (2011) tentang Mencari Informasi dan Berita Melalui Akses Situs Jejaring Sosial Facebook diperoleh

data 30 remaja atau 34% menjawab sangat setuju dengan media *facebook* menjadi media untuk mencari dan mengumpulkan informasi dan berita. Sebanyak 24 remaja atau 28% menjawab setuju tentang pengguna situs jejaring facebook untuk mencari dan mengumpulkan berita dan informasi. Sedangkan, 12 remaja menjawab tidak setuju dan 3 remaja menjawab tidak setuju bahwa situs jejaring sosial *facebook* menjadi media untuk mencari dan mengumpulkan berita dan informasi, serta 18 remaja atau 21% menjawab ragu-ragu.

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian Herdianto (2011) sebanyak 33 remaja atau 37% menjawab sangat setuju bahwa situs jejaring sosial *facebook* dapat dijadikan media untuk mendapatkan informasi ter-*update*, dan 18 remaja

atau 21% menjawab setuju tentang memperoleh informasi *ter-update* dari situs jejaring sosial *facebook*. Namun demikian, 12 remaja menjawab tidak setuju dan 18 responden remaja sangat tidak setuju serta 6 responden remaja yang lainnya menjawab ragu-ragu. Tanggapan responden remaja untuk bertukar informasi pribadi melalui jejaring sosial *facebook*, terdapat 12 responden remaja atau 15% menjawab sangat setuju, 30 responden remaja atau 34% menjawab tidak setuju, 12 remaja atau 14% menjawab sangat tidak setuju dan 3 responden remaja atau 3% menjawab ragu-ragu.

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Ada hubungan positif antara kepribadian ekstrasversi dengan

knowledge sharing pada remaja pengguna *facebook*”.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja pengguna *facebook* dengan karakteristik remaja akhir menurut Hurlock, 1992 (dalam Juditha, 2011) berusia 17 sampai 21 tahun pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan jumlah 150 orang remaja akhir yang berusia 18 tahun sampai 21 tahun pengguna *facebook* di Fakultas Psikologi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas. Arikunto (2010), teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah *quota sampling*, yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Kuota yang ditentukan oleh peneliti sejumlah 150 orang responden dari keseluruhan jumlah responden pengguna *facebook*.

Subyek penelitian ini adalah 150 remaja pengguna *facebook*, dan subjek berada pada populasi terbatas mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pengambilan sampel menggunakan *quota sampling*, metode pengumpulan data menggunakan skala dan angket yaitu skala *knowledge sharing* dan kepribadian ekstrasversi.

Kepribadian ekstrasversi dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala kepribadian

ekstrasversi. Kepribadian ekstrasversi dalam penelitian ini akan diukur dengan aspek kepribadian ekstrasversi dari Eysenck dan Wilson, 2008 yang mengacu pada aspek-aspek aktivitas, kemampuan bergaul, pengambilan resiko, penurunan dorongan hati, pernyataan perasaan, kedalaman berpikir dan tanggung jawab.

Knowledge sharing dalam penelitian ini diungkap dengan menggunakan skala *knowledge sharing*. *Knowledge sharing* dalam penelitian ini akan diukur dengan skala *knowledge sharing* dari Szulanski (dalam Setiawan, 2012) yang mengacu pada aspek-aspek kondisi personal, organisasi, dan teknologi.

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah teknik analisis *product moment*. Teknik

korelasi *product moment* dengan menggunakan program *SPSS 15.0 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan teknik *Product Moment* dengan menggunakan program *SPSS 15 for windows* dapat diketahui nilai korelasi (r) sebesar 0,534; $p = 0,000$ ($p < 0,01$) yang artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada mahasiswa pengguna *facebook*. Semakin tinggi kepribadian ekstrasversi maka semakin tinggi *knowledge sharing* tersebut sebaliknya, semakin rendah kepribadian ekstrasversi maka semakin rendah juga *knowledge sharing* tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu ada hubungan positif antara

kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing*. Hal ini sesuai dengan Eysenck (dalam Feist & Feist, 2010) orang dengan skor tinggi pada ekstrasversi cenderung penuh kasih sayang, ceria, senang berbicara, senang berkumpul, dan menyenangkan. Keterbukaan terhadap pengalaman membedakan antara orang-orang yang memiliki keragaman dengan orang-orang yang mempunyai suatu kebutuhan atas akhir yang sempurna, serta yang tetap merasa nyaman dengan asosiasi mereka terhadap hal-hal dan orang-orang yang tidak asing. Orang-orang yang secara konsisten mencari pengalaman yang berbeda, bervariasi serta membagikan kepada orang lain akan memiliki skor yang tinggi pada keterbukaan terhadap pengalaman dan pengetahuannya. Orang-orang yang tinggi keterbukaannya,

biasanya kreatif, imajinatif, penuh rasa penasaran, terbuka, dan lebih memilih variasi. Hal ini diperkuat oleh Dariyo (2004) mengatakan individu yang memiliki kepribadian ekstrasversi yang baik dalam memanfaatkan *faceboook*, yaitu individu mampu membagikan informasi yang berupa pengetahuan dan pengalaman berbeda dan bervariasi yang pernah dialami.

Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel kepribadian ekstrasversi mempunyai rerata empirik (RE) sebesar 110,05 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 115 yang berarti kepribadian ekstrasversi pada subjek tergolong sedang. Adapun didapatkan rincian kategorisasinya yaitu 4 subyek (2,66%) yang berkategori sangat rendah, terdapat 33 subjek (22%) berkategori rendah kepribadian

ekstrasversinya, 93 subyek (62%) berkategori kepribadian ekstrasversi sedang, ada 20 subjek (13,34%) yang berkategori tinggi kepribadian ekstrasversi, dan 0 subyek (0%) yang berkategori sangat tinggi tingkat kepribadian ekstrasversinya. Kondisi ini dapat diinterpretasikan bahwa subjek penelitian pada dasarnya memiliki sikap yang terbentuk dari aspek kepribadian ekstrasversi yaitu subjek cukup mampu untuk melakukan aktivitasnya dengan cara bergaul, menyatakan perasaan dan pikirannya dan bertanggung jawab pada saat menggunakan *facebook*. hal tersebut sesuai dengan aspek-aspek yang diungkapkan oleh Eysenck dan Wilson (dalam Retnowati & Haryanthi, 2001) dimana subjek memiliki sosiabilitas tinggi yang ditandai dengan mempunyai banyak teman, suka

bergaul, ramah, responsive terhadap lingkungan, membutuhkan orang lain untuk diajak komunikasi, dan tidak menyukai aktivitas sendiri. Individu membutuhkan perangsangan, berani mengambil resiko dan suka melakukan tindakan berbahaya secara tiba-tiba, impulsif, suka menuruti dorongan hati, mudah berubah, mudah terpengaruh, optimis. Individu aktif bergerak mengerjakan sesuatu, cenderung agresif, suasana hatinya berubah dengan cepat, kurang bertanggung jawab, dan secara keseluruhan perasaanya tidak di bawah kontrol yang ketat.

Variabel *knowledge sharing* mempunyai rerata empirik (RE) sebesar 99,91 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti *knowledge sharing* pada subjek tergolong sedang. Adapun

didapatkan rincian kategorisasinya yaitu 0 subyek (0%) yang berkategori sangat rendah, terdapat 6 subjek (4%) berkategori rendah *knowledge sharing*, 63 subyek (42%) berkategori sedang *knowledge sharing*, ada 76 subjek (50,67%) yang berkategori tinggi *knowledge sharing*, 5 subyek (3,33%) yang berkategori sangat tinggi tingkat perilaku prososial. Hal ini sesuai dengan pendapat Szulanski (2003) *knowledge sharing* adalah hal yang sinergis. Dengan kata lain, bahwa *knowledge sharing* juga lebih dari sekedar berbagi, dan juga merupakan “bekerja sama”, “saling menolong”, dan kolaborasi. Hal ini juga diperkuat dengan pendapat Van den Hoof dan De Ridder (dalam Roeshinta, 2011), *knowledge sharing* adalah proses timbal balik dimana individu saling bertukar pengetahuan

(*tacit* dan *explicit knowledge*) dan secara bersama-sama menciptakan pengetahuan (solusi) baru. Salah satu tujuan definisi ini terdiri dari memberikan dan mengumpulkan *knowledge*, dimana memberikan *knowledge* dengan cara mengkomunikasikan pengetahuan kepada orang lain apa yang dimiliki dari personal *intellectual capital* seseorang, dan mengumpulkan pengetahuan merujuk pada berkonsultasi dengan membagi informasi atau *intellectual capital* yang mereka miliki.

Kemudian hasil penelitian ini juga menunjukkan sumbangan efektif variabel dukungan kepribadian ekstrasversi terhadap *knowledge sharing* sebesar 28,5% yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi determinan (r^2) sebesar 0,285. Hal ini menunjukkan bahwa

pengaruh kepribadian ekstrasversi terhadap *knowledge sharing* sebesar 28,5%, maka masih ada 71,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap *knowledge sharing* diluar faktor kepribadian ekstrasversi seperti kebudayaan, sikap, rasa kepercayaan dan motivasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepribadian ekstrasversi dengan *knowledge sharing* pada remaja pengguna *facebook*.
2. Sumbangan efektif kepribadian ekstrasversi terhadap *knowledge sharing*

pada remaja pengguna *facebook* sebesar 28,5% berarti masih ada 71,5% faktor-faktor lain yang mempengaruhi *knowledge sharing* di luar variabel kepribadian ekstrasversi.

3. Kepribadian ekstrasversi pada subjek penelitian tergolong sedang.
4. *Knowledge sharing* pada subjek penelitian tergolong sedang.

Saran

1. Bagi Subjek Penelitian

Bagi subjek penelitian supaya selalu mengelola kepribadian ekstrasversi dengan baik karena kepribadian ekstrasversi dapat mempengaruhi *knowledge sharing*, dan harus bisa memanfaatkan media *facebook*

sebaik mungkin dengan mempertimbangkan isi dari status atau informasi yang akan diunggah dalam *facebook*.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat pengguna *facebook* diharapkan agar menjadi pengguna media sosial yang cerdas untuk memilah-milah dalam mengekspresikan apa yang sedang dialami dan pengetahuan yang dimiliki untuk dibagikan kepada pengguna *facebook* yang lain agar pengguna *facebook* memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan memperluas ruang lingkup penelitian serta memperhatikan faktor-faktor

lain yang dapat mempengaruhi *knowledge sharing* selain kepribadian ekstrasversi, seperti : faktor biologis, sosial, dan kebudayaan, sikap, motivasi, dan rasa kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arinkunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor : Ghalia
- Djazari, M. (2013). *Pengaruh Sikap Menghindari Risiko Sharing dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa Fise UNY*.
<http://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1671>.
Di akses 5 Maret 2014.
- Eysenck, H.J. & Wilson, G.D. 2008. *Know Your Own Personality*. Anglesburg : Pelican.
- Feist, J dan Feist, G. J. (2010). *Teori Kepribadian*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Herdianto, Y. (2011). *Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal*.
<http://repository.fisip-untirta.ac.id/176/1/SKRIPSI%20KOM%20Yayan%20Herdiant>
[o%20041213.pdf](http://repository.fisip-untirta.ac.id/176/1/SKRIPSI%20KOM%20Yayan%20Herdianto%20041213.pdf). Di akses 2 Februari 2014.
- Juditha, C. (2011). *Hubungan Pengguna Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja di Kota Makassar*.
<http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/bppki-yogyakarta/files/2012/06/01-HUBUNGAN-PENGUNAAN-SITUS-JEJARING-SOSIAL-FACEBOOK-TERHADAP-PERILAKU-REMAJA.pdf>. Di akses 2 Februari 2014.
- Nazar, M. R. (2011). *Bagaimanakah Knowledge Sharing Intention Antar Mahasiswa Akuntansi di Internet* ?.
<http://nswahdi.com/wp/wp-content/uploads/2014/02/068.pdf>. Di akses 5 Maret 2014.
- Nurmahmudiyah, S. (2013). *Pengaruh Faktor Personal, Organisasi dan Teknologi Terhadap Penggunaan Blog Untuk Knowledge Sharing*.
journal.unair.ac.id/filerPDF/jurnal%20Siti%20Nurmahmudiyah.pdf Di akses 13 Mei 2014.
- Pai. (2006). *Perilaku berbagi pengetahuan dan variabel demografis antara guru sekolah menengah di dalam dan sekitar Gaborone, Botswana*.
<http://www.sajim.co.za/index.php/SAJIM/article/view/420/514> Di akses 7 Juli 2014.
- Ramdhani, N. (2006). *Metaanalisis Terhadap Hubungan Kepribadian Extraversion, Neuroticism, dan Openness to Experience dengan Penggunaan Email*.
<http://jurnal.psikologi.ugm.ac.i>

- d/index.php/fpsi/article/view/71/62. Di akses 14 Maret 2014
- Retnowati, S., & Haryanthi, L. P. S. (2010). *Kecenderungan Kecanduan Cybersex Ditinjau dari Tipe Kepribadian*. Jurnal Psikologi Universitas Gajah Mada.
- Roeshinta. (2011). *Pengaruh Rasa Harga Diri dan Kepercayaan Sosial Terhadap Sikap berbagi Pengetahuan yang Di Mediasi Oleh Norma Subjektif*. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23988/4/Chapter%20II.pdf> . Di akses 7 Juni 2014.
- Setiawan, S. (2012). *Peningkatan Knowledge Sharing Di Lembaga Litbang Pemerintah Melalui Modifikasi Tata Kelola Honor Penelitian*. <http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/...%20Peningkatan%20knowledge.pdf>. Di akses 25 Juni 2014.
- Szulanski, G. (2003). *Sticky Knowledge*. London : SAGE